

Ballerspiel oder Einstieg in die Zukunft?

# Möglichkeiten und Grenzen virtueller Ausstellungen im Metaverse Fortnite

Jasmin Rhein

**Keywords:** Metaverse, Epic Games, Fortnite, Virtuelle Kunstausstellung

## Abstract

Der Begriff *Metaverse* spielt in den Reihen der Technologieexpert:innen eine immer größere Rolle (vgl. Ball 2020; Jungherr & Schlarb, 2022). Die *Virtual Reality* ist spätestens seit Aufkommen der VR-Brillen den Meisten ein Begriff. Das Metaverse geht noch einen Schritt weiter und möchte die digitale und die reale Welt nicht nur verknüpfen, sondern ineinander übergehen lassen. Hierzu kommen Phänomene wie *NFTs* und *Kryptowährungen*, in die Zukunftsvisionär:innen bereits jetzt investieren, da sie in ihnen eine Währung von morgen sehen, wenn unsere Gesellschaft im Metaversum lebt, arbeitet und miteinander agiert. Spätestens mit der Umbenennung des US-Giganten *Facebook* zu *Meta* wird klar, dass die Vorreiter:innen der Branche ernste Absichten haben. Bereits ein Jahr vor der Verkündung der neuen Unternehmensvision von Mark Zuckerberg hatte der Spielhersteller *Epic Games* bereits ein ähnliches Makro-Ziel verlauten lassen, das Metaversum einzuführen. Durch das Erfolgsspiel *Fortnite* möchte das Unternehmen den Beginn der Zukunft einläuten und scheint damit auch Erfolg zu haben. Das zeigen nicht nur die riesigen Spieler:innenzahlen von aktuell etwa 500 Millionen registrierten Spieler:innen (Ahmad, 2022), sondern auch immer neue Rekorde, wie das bisher größte Online-Live-Konzert von US-Rapper Travis Scott mit über 12 Millionen Zuschauer:innen (Spiegel, 2020). Es scheint also möglich, dass Kunst und Kultur den Einstieg in das Metaverse über den Online-Shooter schaffen können. Auch der Künstler KAWS hat über Fortnite bereits mehrfach auf sich aufmerksam gemacht, zuletzt mit der ersten virtuellen Kunstausstellung in Fortnite Anfang des Jahres (Hutter, 2022). Wie weit ist diese Entwicklung bisher vorangeschritten und wohin könnte sie gehen? Die Möglichkeiten und Grenzen virtueller Ausstellungen im Bereich des Metaverse werden in der vorliegenden Arbeit näher beleuchtet.

## Inhalt

1. Erfolgsspiel Fortnite .....	3
2. Entwicklung des Metaverse .....	4
3. Kunst und Kultur im Metaverse Fortnite .....	5
Literatur .....	7

## 1. Erfolgsspiel Fortnite

Im Juni 2017 wurde Gaming-Geschichte geschrieben, als das Online-Game *Fortnite* veröffentlicht wurde. Bereits vor dem Release verzeichnete der Spielhersteller *Epic Games* 500.000 Vorbestellungen. Innerhalb kürzester Zeit wurde der Koop-Survival-Shooter zu einem der beliebtesten Spiele, vor allem unter der Zielgruppe der 18-24-Jährigen, die rund 67% der Gesamtspieler:innenzahl ausmachen (Ahmad, 2022). Nach nur einem Jahr, im Juni 2018, haben sich 30 Millionen Spieler:innen für das Spiel registriert, im Jahr 2021 waren es bereits 400 Millionen Spieler:innen (vgl. ebd.). Das Spiel ist auf dem PC, mobilen Endgeräten und Konsolen spielbar und der Download ist kostenlos. Geld bezahlen muss man nur, wenn man bestimmte Waffen oder Skins, also das Aussehen des eigenen Spielcharakters, anpassen möchte oder sich Spielvorteile erkaufen möchte. Ausschlaggebend für den schnellen Erfolg von Fortnite ist der 2017 in verschiedenen Spielen aufgetauchte Spielmodus *Battle Royale*, der im selben Jahr sprunghaft zu einem der beliebtesten Spielgenres weltweit wurde (Ahmad, 2022). Dabei werden 100 Online-Spieler:innen gleichzeitig auf einer Insel ausgesetzt und müssen Tools wie Waffen oder Verbandzeug einsammeln, um sich damit gegenseitig zu bekämpfen. Wer zuletzt steht, gewinnt. Die Besonderheit des – inzwischen von vielen Spielen genutzten – Modus ist bei Fortnite, dass die Spieler:innen zusätzlich Wände, Dächer, Böden und weitere Bauteile zur Verfügung haben, mit denen sie sich einbauen und schützen können. Auch der Koop-Modus trägt wohl zur Beliebtheit des Spiels bei. Die Spieler:innen kämpfen dabei nicht nur gegeneinander, sondern mit vereinten Kräften gegen eine Computer-Figur, die in regelmäßigen ‚Seasons‘ ausgetauscht wird. Diese Funktion setzt ein kommunikatives Verhalten der Spieler:innen voraus und die eigene Spielweise muss an die des Teams angepasst werden, wie aus jedem Teamsport des realen Lebens bekannt. Der Koop-Modus kann, insbesondere beim Spielen mit Bekannten, zu mehr Motivation und Einsatz für das Spielziel führen (Peng & Hsieh, 2012).

Fortnite ist aber nicht nur wegen der Möglichkeit des Bauens in Battle Royale und des Koop-Modus ein Spiel, das anders ist als andere Spiele. Neben diversen Kampf-Modi steht den Spieler:innen auch ein Kreativmodus zur Verfügung. Der Spielhersteller Epic Games ermöglicht es so, dass das Spiel von den Spieler:innen, aber auch kooperierenden Unternehmen aktiv mitgestaltet werden kann. Sie können sich auf ihren eigenen Inseln frei austoben und durch Inselcodes andere Spieler:innen einladen, auf ihrer gebauten Insel zu verweilen oder mit ihnen zu bauen. Unternehmen können ihre Produkte präsentieren und den Kund:innenkontakt fördern. Das Spiel lässt sich somit als Einstieg in das *Metaverse* bezeichnen, konstellieren Andres Jungherr und Damien B. Schlarb (2022): „The economic and creative potential of intersecting brand- and storyworlds provided in EG’s Fortnite may herald what some have called the metaverse, a digital space that affords seamless interaction via extended reality applications“.

## 2. Entwicklung des Metaverse

Das *Metaverse*, oder auch *Metaversum*, wird seit den späten 1970er Jahren in der Technolieliteratur als Begriff verwendet (Ball, 2020). Die Vision damaliger Technolog:innen war demnach eine dem heutigen Internet recht ähnliche Utopie. Eine genaue Definition ist bis heute schwer zu treffen, denn noch ist die Vorstellung zu abstrakt. Ball (2020) sieht folgende Charaktereigenschaften in einem künftigen Metaverse: **1. Persistenz.** Ein Metaversum soll dauerhaft bestehen, es wird nie ausgesetzt oder beendet. **2. Synchronität.** So wie im realen Leben wird es festgelegte Termine, beispielsweise für Konzerte geben, aber insgesamt wird das Metaversum dauerhaft allen Menschen gleichzeitig zugänglich sein. **3. Unabhängig, individuell.** Jede:r kann Teil des Metaverse sein und gemeinsam und selbstständig agieren. **4. Funktionsfähiges Wirtschaftssystem.** Individuen sowie Unternehmen können frei verkaufen, investieren, Eigentum aufbauen und gegen Wert Dienstleistungen aufbringen, wie in jedem realen Wirtschaftssystem auch. **5. Verknüpfungsfähigkeit.** Das Metaverse kann zwischen digitalen und physikalischen Elementen sowie privat und publik wechselseitig genutzt werden. **6. Kompatibilität.** Daten, digitales Eigentum, Inhalte und Ähnliches können frei zwischen verschiedenen Plattformen verschoben werden. Ball (2020) nennt als Beispiel einen Skin, den ein:e Spieler:in in Counter Strike nutzt, der beispielsweise über Facebook an eine:n Freund:in weitergegeben werden kann. **7. Netzwerk an Beitragenden.** Das Metaverse wird durch die Beiträge und Erfahrungen vieler verschiedener Beitragender geschöpft und erweitert. Die Beitragenden können Individuen, aber auch Gruppen wie Unternehmen sein. (Ball 2020)

Bisher scheint unter den Expert:innen die Einigung zu herrschen, dass ein solches Metaverse noch nicht besteht, es aber mehr und mehr Annäherungen gibt. Spätestens seit der Veröffentlichung der Social Media Plattform *Facebook* im Jahr 2005 wurde der Grundstein für ein Metaverse gelegt, auf dem stetig aufgebaut wird (Ball 2020). Im Jahr 2021 änderte das Unternehmen Facebook unter großer medialer Aufmerksamkeit seinen Namen zu *Meta* um, womit die Zukunftsvision von Gründer Mark Zuckerberg manifestiert wurde (Jungherr & Schlarb, 2022). Meta erklärt auf der eigenen Unternehmenswebseite, dass es eine vernetzte Gesellschaft erreichen und das Metaversum zum Leben erwecken möchte. Dabei sollen Nutzer:innen zusammenfinden, miteinander agieren, spielen, lernen und zusammenarbeiten – wie in der realen Welt, nur eben alles digital. In 3D-Räumen, mit Avataren und der Möglichkeit, seine eigene Umgebung frei zu gestalten (Meta, 2021). Diese Vision erinnert stark an eine 3D-Welt zum freien sozialen interagieren und miteinander spielen, die es schon gibt: *Fortnite*. Bereits 2019 hatte deren Herstellerfirma Epic Games das Macro-Ziel eines Metaversums verkündet (Jungherr & Schlarb, 2022). Im Jahr 2020 fügte Epic Games dem Spiel den Modus *Party Royale* zu. Hier können Spieler:innen sich ohne den Kampfcharakter frei austauschen und miteinander über ihre Avatare interagieren. Sie können sich zum Beispiel gemeinsam Konzerte oder Filme ansehen

oder Minispiele miteinander spielen. Diese Plattform ist dauerhaft allen Spieler:innen zugänglich und kommt bereits vielen Aspekten der von Ball (2020) genannten Ansprüche an ein Metaverse sehr nahe. Durch die Möglichkeit, auf eigenen Inseln frei bauen zu können und somit die Welt stetig zu erweitern, wird auch der Aspekt der Unabhängigkeit und Individualität und des Beitragsnetzes erfüllt. Auch der Aspekt der Wirtschaftlichkeit ist Fortnite längst gelungen. Marken wie *Adidas* oder *Marvel* fügten eigene Skins hinzu, die Spieler:innen für ihre Avatare kaufen können. Der Film *Star Wars: Rise of Skywalker* wurde in Fortnite beworben, indem ein Clip auf einer riesigen In-Game-Leinwand dargestellt wurde. Dieser Einbezug von Popkultur, die mit dem Spiel Fortnite in erster Linie nicht in Verbindung steht, führt zum abschließenden Punkt der vorliegenden Arbeit: Der Verknüpfung von Kultur mit dem Metaverse Fortnite.

### 3. Kunst und Kultur im Metaverse Fortnite

Das Jahr 2020 kann unter dem Gesichtspunkt des digitalen Fortschritts als höchst erfolgreich eingestuft werden. Durch die Corona-Pandemie und der daraus entstandenen Social-Distancing-Politik mussten sich viele Institutionen in kürzester Zeit auf eine digitale Alternative einstellen. Der US-amerikanische Rapper Travis Scott war einer von denjenigen, die aus einer schnellen Lösung zu einem plötzlich aufgetretenen Problem großen Erfolg schöpfen konnte. Nach der Absage seines Auftritts bei dem Festival *Coachella* aufgrund der Pandemie kooperierte er kurzerhand mit Epic Games und stellte ein nie dagewesenes Online-Live-Konzert auf die ‚Bühne‘. Parallel lauschten 12,3 Millionen Zuschauer:innen auf der ganzen Welt dem Konzert und sprangen mit ihren eigenen Avataren um einen riesigen, rappenden und tanzenden Travis Scott-Avatar herum. So viele Spieler:innen waren laut Epic Games vorher noch nie gleichzeitig in dem Spiel online gewesen (Spiegel, 2020).

Neben der Musikkultur ist in Metaversen auch Kunst zu finden. Spieler:innen können ihre eigene Welt kreativ mitgestalten, was bereits als Animation zur freien Gestaltung von ‚Kunstwerken‘ verstanden werden kann. Dorotheum-Expertin Dr. Marianne Hussl-Hörmann sieht in modernen Shooterspielen wie Fortnite gar eine Parallele zur Malerei:

Die Maler des Phantastischen Realismus hatten den Krieg als Kinder und Jugendliche real erlebt und suchten mit ihrer Kunst friedliche Alternativen zu schaffen. Erfolgreiche Videogames von heute hingegen handeln zumeist von Krieg und Kampf, Feind und Held, von Zerstörung und Sieg. Sind das also die neuen Traumwelten von Kindern, die den Frieden real erleben? (Hussl-Hörmann, 2022)

Einer Argumentation wie dieser kann entgegengesetzt werden, dass Fortnite sich längst von einem reinen Shooter-Game abzuwenden versucht. Auch argumentiert sie selbst, dass die Figuren, Landschaften, Items und immer weiteren entstehenden Inseln als eigene Kunstwerke angesehen werden können. Neben diesen Möglichkeiten der Entfaltung Kreativschaffender gelang dem US-amerikanischen Pop-Art-Künstler KAWS gemeinsam mit Alliance Studios und Epic Games ein erneuter

Meilenstein in der Erschaffung eines Spielunabhängigen Metaverse. Im Januar 2022 eröffnete er in einer digitalen Nachbildung der *Serpentine North Gallery London* die erste Kunstgalerie in Fortnite (Fortnite-Team, 2022). Mit seinem Avatar kann man durch den Kensington Park spazieren, in dem Skulpturen des Künstlers ausgestellt sind, und durch die Galerie selbst, in der neben kleineren Skulpturen auch Bilder des Künstlers ausgestellt sind.<sup>1</sup> Dieser Einbezug des Nachbaus der Serpentine North Gallery und der Kunstwerke ist ein weiteres Beispiel für die stetige Weiterentwicklung von Fortnite hin zu einem Metaverse, welches die digitale Welt mit der realen Welt verknüpft. Für Kunstgalerien hat sich durch das Online-Game somit eine ganz neue Tür der virtuellen Kunstgalerien geöffnet. Die Serpentine North Gallery machte es zusammen mit KAWS vor: Leiter Hans Ulrich Obrist verkündete einen Anstieg der Besucherzahlen um das vierfache nach der Eröffnung der digitalen Ausstellung (Hutter, 2022). Das Aussehen der Galerie wirkt zudem ansprechend und professionell, da in der Fortnite-Welt bereits die Umgebung der 3D-Welt besteht. Obrist zufolge werden digitale Ausstellungen die realen Ausstellungen nicht verdrängen, auch wenn für die Serpentine North Gallery durchaus Nachfolger der KAWS-Ausstellung geplant sind, da der Nachbau des Gebäudes bereits besteht. Er sieht die digitale Variante eher als Werbeplattform, die Menschen dazu einladen soll, sich die Ausstellung im Realen noch einmal anzusehen. Nur hier können die multisensorischen Eindrücke der Kunstwerke aufgenommen werden und das Erlebnis, das eine Kunstaussstellung ermöglichen möchte, garantieren (Hutter, 2022).

---

<sup>1</sup> Bilder von der Ausstellung sind in dem beigefügten Ordner zu finden.

## Literatur

Ahmad, R. (2022). *Fortnite Players, Growth and Revenue Statistics 2022*. Abgerufen am 28.10.22 von <https://pcgameexp.com/fortnite-growth-statistics/>

Ball, M. (2020). *The Metaverse: What It Is, Where to Find it, and Who Will Build It*. Abgerufen am 29.10.2022 von <https://www.matthewball.vc/all/themetaverse>

Fortnite-Team (2022). Erkundet in Fortnite die Kunstaussstellung „Kaws New Fiction“ in der Nachbildung der Serpentine North Gallery in London. Abgerufen am 29.10.2022 von <https://www.epicgames.com/fortnite/de/news/explore-the-kaws-new-fiction-art-exhibit-in-fortnite-based-on-the-serpentine-north-gallery-in-london>

Hussl-Hörmann, M. (2022). Traum und Fantasie – die Metaversen der Malerei. In: *eco.nova* (10), S. 142-143.

Hutter, A. (2022). Kunst im Metaverse. Im Game „Fortnite“ gibt es jetzt ein Kunstmuseum. Abgerufen am 31.10.2022 von <https://www.srf.ch/kultur/kunst/kunst-im-metaverse-im-game-fortnite-gibt-es-jetzt-ein-kunstmuseum>

Jungherr, A. & Schlarb, Damien B. (2022). *The Extended Reach of Game Engine Companies: How Companies Like Epic Games and Unity Technologies Provide Platforms for Extended Reality Applications and the Metaverse*. In: *Social Media and Society*, [s.l.], v. 8, n.2.

Meta (2021). *Meta: Ein Social Technology-Unternehmen*. Abgerufen am 29.10.2022 von <https://about.fb.com/de/news/2021/10/meta-ein-social-technology-unternehmen/>

Peng, W. & Hsieh, G. (2012). The influence of competition, cooperation, and player relationship in a motor performance centered computer game. In: *Computers in Human Behavior* (28), S. 2100–2106.

Spiegel (2020). *Virtuelles Konzert: Rapper Travis Scott sorgt für „Fortnite“-Rekord*. Abgerufen am 29.10.2022 von <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/fortnite-konzert-von-rapper-travis-scott-sorgt-fuer-nutzerrekord-a-b377df69-74d2-4103-bbaa-98b40392afaf>